Cuadernos de radio #4
Mitos que matan

Septiembre 2011



Mitos que matan



Mitos que matan

Serie radial
20 capítulos con los mitos que matan la radio



Guion: Tito Ballesteros López. titoballesteros@gmail.com. www.titoballesteros.blogspot.com
Grabación: Países de las Américas. Agradecimientos: Santiago García. Radialistas.net

Primer mito:

Un buen locutor

Locutor 1: Un buen locutor: Verdad o mentira

Locutor 2: ¡Para ser buen locutor hay que pronunciar bien! Un buen locutor observa la puntuación. Un buen locutor seduce con su voz. Un buen locutor cuida el idioma. La voz del locutor es bonita, dulce, agradable. ¡Para ser buen locutor hay que leer bien! Un buen locutor cuida su presentación personal. Su voz no se parece a la de los demás. Pronuncia bien. Vocaliza bien. Articula bien. Modula bien. Gesticula bien.

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Y la señora que no sabe leer. ¿No es buen locutor?
- ¿Y el campesino que se enreda pero moviliza la población? ¿Qué?
- ¿Y si no conoce la famosa puntuación? ¿No es buen locutor?
- ¿Y si no es seductor?
- ¿Debe cuidar cuál idioma, el suyo o el de Cervantes?

Locutor 2: Mitos que matan. Un buen locutor: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre el buen locutor es falso. Falso

El primer mito. El buen locutor. Fue grabado en Argentina por América Profunda. Grabación del audio. Locutora: Alicia Carlucci. Locutor: Alejandro Migliavacca. Las voces que se escuchan son la de los campesinos y campesinas de América. Radios: Publicidad de la Juegoteca del Abasto, Radio Perola, Radio Insurgente, Radio Indymedia Bolivia, FM 94.3 Red Patria Nueva. Música: Generala - Puente Celeste / Zamba del pedregal - Justino Méndez y Shato Centeno Producción y Edición: América Profunda.
http://www.radioteca.net/indice.php?id_usuario=1200003

Segundo mito:
Un hombre de radio

Locutor 1: Un hombre de radio. Verdad o mentira

Locutor 2: Un hombre de radio es aquella persona que se ha criado y creado en el medio. Los locutores, conductores, periodistas que crearon los medios. ¡Los duros! Los que nos enseñaron y nos enseñan. Los que adornaron el dial con sus dulces voces. Los creativos de ayer. Los que hoy tienen las respuestas a todas las preguntas. Los que no cambian porque para qué si ellos ya lo saben todo. Esos son los hombres de la radio.

¡Yo los escucho!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- Hombres de radio son lo que leen, estudian, se actualizan
- ¿Y aquellos modelos que cambian sus modelos, no son hombres de radio?
- ¿Y los que se alejan de los vicios del medio, no son hombres de radio?
- ¿Y si una persona piensa más en el medio que en el dinero, no es un hombre de radio?
- ¿Y los que trabajan con ética, no son hombres de radio?
- Y los que preparan, llegan temprano y manejan con honestidad la información. ¿Qué vienen siendo?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Un hombre de radio. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre un hombre de radio es falso. Falso

El segundo mito. Un hombre de radio. Fue grabado en Uruguay por Mauro Martínez y su equipo. Locutora: María José Martínez. Locutor, edición y montaje: Mauro Martínez. http://www.radioteca.net/indice.php?id_usuario=1600449

Tercer mito:
La Parrilla de Programación

Locutor 1: La Parrilla de Programación: Verdad o mentira

Locutor 2: la Parrilla de Programación de la radio es como el menú de un restaurante, allí se encuentran todos los programas, los días y horas en que se emiten. La Parrilla de Programación la hace la radio pensando en usted. El equipo de la radio se reúne y decide lo que a usted más le gusta. Sus posibilidades de escuchar la radio están debidamente seleccionadas y organizadas. La Parrilla de Programación es lo más importante en un medio de comunicación y claro, por eso nos eligen.

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Parrilla de Programación o de re-programación? El receptor de hoy decide y escucha cuando quiere. *Pódcast*
- Programar la radio. ¿Con quién, con los de la radio?
- Los horarios y audiencias han cambiado, pero, ¿su Parrilla de Programación sigue igual?
- ¿Programación? - ¿reprogramación?
- Lo más importante es lo que la radio ofrece a los oyentes o lo que los oyentes ofrecen a la radio.

Locutor 2: Mitos que matan**.** La Parrilla de Programación. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre la Parrilla de Programación es falso. Falso

El tercer mito. La parilla de programación. Fue grabado Maracaibo, Venezuela, por Mario Pérez Chacín y su equipo. Mario Pérez Chacín. Flor Bracho. Raynner Parra. Carlos Salazar. Nairuma Pérez. Mario Pérez Chacín. Edición y Montaje: Mario Pérez Chacín.

Cuarto mito:
Transmisiones en directo

Locutor 1: Transmisiones en directo. Verdad o mentira

Locutor 2: nos encontramos en la transmisión especial que hace radio Única. Nos encontramos transmitiendo el desfile de carrozas de nuestra feria. Aquí todo es alegría, globos, música y la integración familiar. ¡Venga amigo oyente!. Viva la feria. ¡La feria número 80!

Y en este gran cubrimiento especial le doy paso a mi compañera Paquita que está en otro punto de la ciudad. ¡Adelante Paquita! si Miguelito aquí estoy, esto es una fiesta, como novedad te cuento que hay globos, la familia está reunida y como tú lo decías aquí todo es alegría. Pero vamos a otro punto. ¡Adelante Melchor! Gracias Paquita. Esto es una fiesta. Desde este privilegiado lugar al que sólo ha llegado radio Única veo globos, integración familiar y es que de verdad esta feria está llena de alegría. Este fue un reporte de Melchor con la Única, la mejor transmisión de la feria.

¡Adelante estudios y salud!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Y si radio Única llega un poquito tarde a la transmisión pero bien preparada, será que eso disgusta a los oyentes?
- ¿Y si los presentadores tienen un guion. Quedará mal la transmisión?
- ¿Y si hay una recolección de datos para apoyar a los presentadores sobre descripción topográfica, arquitectónica, histórica ¿Eso será aburrido? ¿Le quitará fuerza a la transmisión única de radio Única?
- Y si un presentador habla de lo que ve, el otro de lo que se oye, un tercero describe el olor a pólvora, las ricas comidas típicas. ¿No estará bien?
- Y si quienes hacen la transmisión no se emborrachan o reciben licor durante su trabajo, entonces, ¿la feria ya no será feria?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Transmisiones en directo. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre transmisiones en directo es falso. Falso

El cuarto mito. Transmisiones en directo. Fue grabado en Perú por los compas y las amigas del Proyecto Pukllasunchis. Alex Molina, Ysabel Palomino, Claudio Orós, Estéfani, Ruth Karina, Flor, Yanet, Antoni García, Emiliano Ramos, Abraham Triveños, Luz María Zúñiga, Javier Orós (Edición y masterizado). http://www.radioteca.net/indice.php?id_usuario=1600092

Quinto mito:

Los oyentes

Locutor 1: Los oyentes. Verdad o mentira

Locutor 2: Los oyentes son lo más importante de la radio. El fuego que quema y eso lo confirma el incontrolable río de llamadas. Ustedes no sólo escuchan ¡hacen lo que les decimos! Cantan, repiten, juegan, ¡nos aman! Los oyentes son los que están del otro lado de la radio. Los que miran por el cristal. Son los receptores ansiosos que ayudan económicamente y siguen con fidelidad al medio de comunicación. Una radio sin oyentes es una radio sin lucha. Por eso y por muchas más razones los oyentes son lo más importante de la radio.

Gracias por escuchar y hasta una próxima emisión ¡Felicidades amigos!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- Y los que quieren dejar de escuchar y empezar a hablar. ¿No son buenos oyentes?
- ¿Su emisora quiere gente que hable o que la escuche?
- ¿La verdad en la emisora corre por cuenta suya o del otro?
- Oyente es igual a obediente, sumisión, obediencia.
- ¡Los oyentes no sirven para nada! Busque radio-participantes
- ¡Métale gente a la radio!

Locutor 2: Mitos que matan**.** Los oyentes. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre los oyentes es falso. Falso

El quinto mito. Los oyentes. Fue grabado por el equipo de radialistas.net

Sexto mito:
Periodistas se informan

Locutor 1: Los periodistas se informan. Verdad o mentira

Locutor 2: yo siempre llego a la radio con las noticias preparadas. Porque periodista radial que se respete conoce la realidad local, nacional e internacional. Yo por ejemplo desde que me levanto escucho la radio. Sintonizo emisoras y así salgo de casa muy bien informado, ah eso si, en el camino escucho mi emisora preferida. Cuando llego a la radio, leo los periódicos porque un buen periodista lee a sus colegas y por último veo la tele, la realidad. Entonces me digo:

Juan ¡Estás listo para informar lo que otros informarán!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- Y si no lee los diarios pero va a la comunidad, ¿estará mal informado?
- Y si no ve la tele pero lleva sus cámaras a los rincones de la ciudad, ¿estará mal informado?
- ¿O, será que los periodistas se enteran de las noticias por otros periodistas?
- Y si deja de buscar noticias por teléfono y visita a los ciudadanos, ¿estará mal informado?
- Y si en su noticiero no reproduce lo que hacen otros medios, ¿Estará mal informado?
- Y si no se cree eso de “es que nosotros le damos otro enfoque a la noticia”, estará mal informado

Locutor 2: Mitos que matan. Los periodistas se informan. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre los periodistas se informan es falso. Falso

El sexto mito. Los periodistas se informan. Fue grabado en México por la Red de Comunicadores Boca de Polen e Imaginativa Radio. http://www.bocadepolen.org/

Séptimo mito:

La hora

Locutor 1: La hora. Verdad o Mentira

Locutor 2: ¿La hora es una necesidad en radio?. ¿Por qué se hizo ley esa forma de presentarla?. ¿Dónde nació esa idea?. ¿Por qué dar la hora?. ¿Todas las radios lo deben hacer?. ¿Cada cuánto hacerlo? En **Colombia** algunas copiaron el sistema y lo hacen igual, sólo que con voces impostadas, falsas, acartonadas. Carlos en **Guatemala** se ríe del asunto, le saca punta al tema: "aquí se dice en distintos dialectos, pero la esencia es la misma: son las cinco, las seis, las 18 horas y así". En **Brasil** nosotros lo decimos en portugués y lo que cambia es la Favela. En **Costa Rica** acentúan la R y perpetúan una "norma" continental. En **Cuba** la cosa es igual, sólo que es socialista. Los **nicas** le ponen el vos, los **hondureños** lo hacen mientras sorben Pozol y así **Haití**, **República Dominicana** y todo el continente.

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- Y si se dice: son las siete, como los millones que se robó el Alcalde
- Son las dos, como las camas que faltan en el Centro de Salud
- Son las nueve, como los días que le faltan al Alcalde para que pavimente las calles que nos prometió
- Son las seis. ¡Urgente! Se han iniciado las obras de pavimentación de las calles, ¡espere avance en nuestro noticiero!
- En el lugar en el que jugó de niño Jesucristo son las tres
- En Jerusalén son las 9, en Pakistán las 11, en México las 3 y en Chile las 9 de la noche. ¡Siga con nosotros!

Locutor 2: Mitos que matan. La hora. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre la hora en radio es falso. Falso

El séptimo mito. La hora. Fue grabado en Bolivia por el Taller Radiofónico Popular Quijotes de la Radio. Productora: Taller Radiofónico Popular "TARPO", Equipo de trabajo, Quijotes de Radio (Dpto. de Chuquisaca) Adaptación: Iván Contreras, Libreto técnico: Tibor Lanza, Locución y apoyo técnico: Doris Vásquez, Fuente musical: Vocal Samplig, Manu Chao, Sistema Nacional de radios de Pueblos Originarios de Bolivia, Radio insurgente, México. http://www.radioteca.net/indice.php?id_usuario=1200004

Octavo mito:
La estructura de un programa

Locutor 1: La estructura de un programa. Verdad o mentira

Locutor 2: la estructura es la columna vertebral de un programa y como los equipos ganadores, ¡estructura ganadora jamás se cambia! Toda estructura inicia con la rúbrica o cabezote. Luego, entra el locutor y saluda, presenta el tema, lo desarrolla y en la mitad del programa pasa una canción. Después, hablas otro poquito, vas a comerciales, retomas el tema, los invitados, pasas las secciones y despides de una manera diferente, creativa, que provoque volver a escuchar. Estará bien con que digas: ¡Bueno amigos, el tiempo en radio es muy corto y hemos llegado al final! ¡Los espero es un próximo programa!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- Y si mi estructura es cambiante como los ciclos de la radio, ¿ya no es estructura?
- Si es flexible y un día pongo una copla, un verso, un chiste y luego saludo, ¿está mal?
- Y si cambio el saludo, ¿quiere decir que cambio la estructura?
- Y si pongo más de una canción, ¿falla la estructura?
- Y si voy a comerciales en cualquier momento, ¿quiebro la estructura?
- Y si mi programa es desestructurado, ¿no es programa?

Locutor 2: Mitos que matan**.** La estructura de un programa. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre las estructuras de un programa de radio es falso. Falso

El octavo mito. La estructura de un programa radial. Fue grabado en Medellín, Colombia por RNTC-AL. Una producción de RNTC AL realizada en los estudios EFEX de Medellín Colombia, con la participación de David Espinal, Juliana Londoño y Alberto Sierra Mejía.
http://www.radioteca.net/indice.php?id_usuario=1200005

Noveno mito:
El cabezote

Locutor 1: El cabezote. Verdad o mentira

Locutor 2: el cabezote no se hace en directo. ¡Nunca! Es un trabajo de 20 o 30 segundos. En él, se debe decir el nombre del programa, la emisora en que se emite, el horario del mismo, el nombre del director del espacio y una pequeña idea sobre el contenido que saldrá al aire en cada emisión. ¡El cabezote nunca se debe cambiar! Es el rostro del espacio radial. ¡El cabezote nunca se debe cambiar!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Y si el rostro del programa es la preparación, la calidad, la música, el conductor?
- Y si se hace en directo desde la cuadra, la calle, con la comunidad, ¿no es cabezote?
- Y si no dura los treinta segundos, pero cumple su función, entonces, ¿cómo se llama?
- Si cambia la vida, ¿no puede cambiar un cabezote?
- Los oyentes de hace 20 años han cambiado sus estilos de vida, gustos, sueños, pero, nuestro cabezote sigue igual, ¿eso qué viene significando?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Los cabezotes. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre los cabezotes es falso. Falso

El noveno mito. El cabezote. Fue grabado por el equipo de Radio La Nandaimeña 98.1 FM. Nandaime, Nicaragua. Voces: Denis Gaitán, Elvira Velásquez, Giovanni Sevilla y Gilber Gaitán. Producción: Denis Gaitán. Edición: Yeral Franco. http://radionanda.radioteca.net/

Décimo mito:

Los sellos

Locutor 1: Los sellos en radio. Verdad o mentira

Locutor 2: Cuando no son los locutores que no paran de hablar, entonces son los sellos que no dejan de sonar. Sellar es muy importante porque con eso el oyente sabe que escucha su emisora preferida y no otra. Sellar es caracterizar la radio. Es decirle al oyente que esa canción que está sonando la escucha en su radio preferida y no en otra. Sellar genera pertenencia. Sellar hace que la gente que guarde la música guarde también un trozo de vida de la radio.

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Y si no sellamos, la emisora perderá identidad?
- Los sellos pertenecen más al pasado que al presente, ¿será que el oyente prefiere estar escuchando sellos o canciones completas sin interrupciones?
- ¿Y si la radio no sella, será que el oyente no sabe qué emisora escucha? Es bueno no confundir sellar con identidad. La identidad de la radio la da la voz, la preparación, el tipo de música, el estilo de locución, la calidez.
- Sellar no caracteriza nada. Al contrario, ahora, incomoda, ¿para qué sellar si los oyentes consiguen la música primero que las emisoras?
- Qué significa ese discurso de "sonó primero aquí", cuando en periodismo eso de ser primero quedó en segundo plano.

Locutor 2: Mitos que matan**.** Los sellos en radio. Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre los sellos en radio es falso. Falso

Mito 11:
El comercial de radio

Locutor 1: El comercial de radio: Verdad o mentira

Locutor 2: El comercial de radio es una pieza publicitaria de 20 o 30 segundos. Eso sí, puede ser más corta, pero, nunca más larga. Los comerciales deben durar 30 segundos, de lo contrario la ley del mercado lo sacará del aire. Las radios comerciales ya han fijado estas características y no se pueden cambiar. O, ¿usted ha escuchado un comercial de dos minutos?

Antes de ir a comerciales puedes decir: ¡bueno amigos, ha llegado el momento de hacer una pausa, vamos a comerciales y ya regresamos! Eso, lo de advertir la llegada de los comerciales refresca y prepara a todos para estar muy atentos y escuchar. Recuerda que las emisoras necesitan tiempo para pasar comerciales en sus horas y media y en punto y entre más emitan, más sonará la caja registradora.

Efecto: registradora.

Locutor 1: Comparta y aprenda

• ¿Recuerdas esto?: efecto: canción Hey Jude, The Beatles. Pues en agosto de 1968 Hey Jude con un total de más de siete minutos de duración, fue en su tiempo la canción más larga de la historia en estar en el top 10 de las listas británicas. En ese entonces todos decían que las canciones tenían que ser cortas. ¿No se puede cambiar la regla?
• ¿Y si el comercial dura dos minutos, ya no será comercial porque así no los diseñan la mayoría de las radios?
• ¿Y si el comercial cautiva, educa, entretiene, divierte y logra su objetivo, pero no dura los 30 segundos, habrá que sacarlo del aire?
• ¿Y si mi comercial dura 30 segundos pero está mal producido, entonces, si es comercial?
• ¿Para la radio importa más la caja registradora que la producción?
• ¿Si son tan importantes los comerciales para su radio, ¿por qué hay tantos tan mal hechos?
• ¿Y si la radio no vive de comerciales, sino de actividades, marchas o diversifica su producto en un colectivo?, ¿será un acto suicida?, ¿y si no copio modelos económicos de otras radios, eso estará mal?
• ¿Quién, dónde y cuándo se hizo ley eso de anunciar los comerciales?, ¿es necesario hacerlo?, ¿será que no distinguimos un comercial de un programa de radio?
• ¿Qué pasa si emito los comerciales a la hora que mi radio decida y no a la hora que se me imponga?, ¿se marchará la pauta publicitaria?, ¿será herejía radiofónica?

Canción Hey Jude. The Beatles

Locutor 2: Mitos que matan**.** El comercial de radio: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre el comercial de radio es falso. Falso

Mito 12:
¿Hacer radio en la radio?

Locutor 1: ¿Hacer radio en la radio?: Verdad o mentira

Locutor 2: Carlos, con guion en el bolsillo sale apresurado hacia su programa de radio ¡Corre!. Sube al taxi y llega a la radio con el corazón en la mano. Se sienta y sin tomar aire sale al aire. !Hola amigos bienvenidos y bienvenidas a este programa especial! y poco a poco respira, suelta palabras, canciones, comerciales, atiende llamadas, cierra el espacio y sale como llegó ¡Corriendo! Corre para volver a casa ¡Carlos hace un programa de radio en la radio!

Todos tenemos que ir a la radio para ser escuchados desde el dial. La calidad del sonido, la variedad de las canciones, la asistencia del control y los miembros de la estación garantizan un resultado excelente. Por eso los seis miembros del grupo vamos todos los sábados a la emisora. ¡Porque la radio se hace en la radio!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• ¿Y si envío a la radio el programa pregrabado, será que se les olvida emitirlo?
• ¿Y si me ahorro el dinero de los transportes y con ese dinero compro minutos y hago el programa desde mi celular, ya no será programa?
• ¿Y si Carlos hace el programa desde Skype y el tiempo que gasta en transportarse lo dedica a repasar la producción, será que sale mal es espacio radial?
• ¿Y si Carlos invita a sus amigos al centro comercial para hacer desde allí el programa, entonces hablará mucha gente y eso no es bueno?
• ¿Será que Carlos hace los programas de radio en la radio para no investigar, para no hablar con el ciudadano de a pie?
• ¿Y si en lugar de estar seis personas en cabina, están tres y el resto del equipo actúa como corresponsales, eso estará mal?, ¿los corresponsales se sentirán mal por no estar en cabina, aunque el programa, gracias a su trabajo, salga mejor? O, ¿será que Carlos piensa que para hacer un programa de radio hay que ir a la radio?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Hacer radio en la radio: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre hacer radio en la radio es falso. Falso

Mito 12. Hacer radio en la radio. Radio Vos. Argentina Olivas. Grabación y musicalización; Helders Herrera. Locución: Helders Herrera y Leonila Arguello

Mito 13:
El fondo musical

Locutor 1: El fondo musical: Verdad o mentira

Locutor 2: muchos hemos llegado al programa radial a pedir que nos coloquen el "fondo musical". Si. Y muchos lo hacemos porque el "fondo" ayuda a vestir la producción para que suene mejor. "El fondo" es un recurso que tiene el control por si se presenta algún inconveniente en cabina: sube "fondo musical" y resuelto el problema. El "fondo" sirve como identificación del programa, por eso nunca se debe cambiar y debe estar presente en toda producción. El programa suena más bonito si usamos un "fondo musical". "El fondo" sirve para atrapar al oyente, para motivarlo a escuchar algo diferente. Nada más incomodo que hablar y hablar sin un "fondo musical". ¡Pobres oyentes!

En resumen el "fondo musical" es vital en mi programa de radio, por eso nunca lo dejaré de poner.

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• Primero habrá que distinguir entre fondo y cortina musical. El fondo permanece, la cortina se quita y se pone. Entonces, ¿usted usa fondo o cortina?, ¿o, el fondo se le convierte en cortina?
• Y si uso siempre el mismo fondo musical, el oyente se sentirá "atraído" "enganchado" ¿o le sonará repetitivo?, ¿le gustaría escuchar un mismo "fondo" por más de dos años en un programa de radio?
• Y si uso más y cambiantes recursos musicales, ¿eso estará mal?
• ¿Y si el control tiene recursos sonoros, microprogramas, frases grabadas o mensajes en lugar de estar "jugando" con "el fondo", ¿estará mal la diversidad?
• Cambia la vida, los públicos, ¿no puede cambiar mi "fondo musical"?
• Para que su programa suene bonito, prepárelo, hágalo con ganas, el fondo es lo de menos
• La música se puede colocar de muchas maneras. Explorar es una buena alternativa. Caminante no hay camino…

Mito 13. El fondo musical. Fue grabado en Nicaragua por Carlos Javier Martínez.

Mito 14:
Identificaciones en radio

Locutor 1: Identificaciones en radio: Verdad o mentira

Locutor 2: Las identificaciones de la radio sirven para eso: para que los oyentes que tanto nos conocen, recuerden una vez más cuál emisora escuchan. Las identificaciones son “identidad radial”. Al hacerlas, tenga en cuenta: 1. Que sean cortas. 2. No las musicalice. 3. Grábelas en voces bonitas. 4. A una sola voz, de lo contrario confundirá. 5. No las cambie, perderán identidad. 6. Bastará con un texto sencillo. 7. Escuche otras radios y haga algo parecido. 8. Si es necesario, pague por ellas. 9! Brevedad, otra vez, la clave es la brevedad! 10. !Deje volar la imaginación!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

- ¿Con tan solo una identificación, identificamos la radio?
- Y si la identificación no es corta pero arroja detalles de la población: “Desde el lugar donde abunda el agua, pero nos falta en casa, transmite, radio…. ¿Ya no será identificación?
- ¿Y si las musicalizo con voces de cantantes de la localidad, será que los oyentes no sabrán que radio escuchan?, ¿mejor pongo música de Madonna?
- Y si mi voz no es bonita, pero quiero hacer un aporte, ¿será mejor que no lo haga?
- ¿Y si las grabo con los coros de niños a la salida del colegio, o con las voces de las personas que van en el transporte?, ¿sonará chistoso?
- ¿Y si cambio las identificaciones dependiendo de las épocas especiales que se viven en mi país?, ¿ya no identificaré nada?, ¿ya no me identificarán?
- Y si en lugar de pagar por ellas las grabamos en voces de la comunidad, del grupo sindical, de los policías, las religiosas y las mujeres de vida alegre. ¿Si le sacamos chispa al dial y ponemos un arco iris de voces, eso cómo sonará?
- En algo si estamos de acuerdo. ¡Deje a volar la imaginación!

Locutor 2: Mitos que matan**.** Identificaciones en radio: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre identificaciones en radio es falso. Falso

Mito 14. Identificaciones en radio. Fue grabado en Nicaragua por Denis Gaitán, Yeral Franco y el equipo de radio Nandaimeña http://radionanda.radioteca.net/.

Mito 15:

El estudio de radio

Locutor 1: El estudio de radio. Verdad o mentira

Locutor 2: Arquitecto; aquí va el vidrio, lo usaremos para que el controlista no se mezcle con los productores y así nada pueda desconcentrarlo. Los que hacen programas a un lado y los trabajadores en otro. Usted sabe.
Efecto: construcción
Locutor 2: aquí va toda la música, el televisor y ¡válgame!, ya nos advirtió el director que nadie ajeno a la radio puede tocar estos aparatos. Usted sabe, son costosos, delicados y si algo les pasara, ¡Dios nos favorezca! ¡Arquitecto, mejor ponga muro y puerta!
Efecto: final de obra

Locutor 1: Comparta y aprenda

• Los años pasan, las lógicas cambian. ¿Habrá otra forma de diseñar los estudios de la radio?, ¿acercar en lugar de dividir?
• ¿Y si no colocamos el famoso vidrio que divide departamentos?
• ¿Y si diseñamos un estudio con auditorio para que los visitantes participen y vean cómo se hacen los programas?, ¿no se verá bien?
• Puertas y ventanas alejan la comunicación
• Y si diseñamos la radio en un solo salón, ¿será que queda mal?
• Y si en lugar de los lejanos vidrios acercamos la comunicación entre los participantes, ¿habrá mucho ruido?
• ¿Y si los equipos como en tantas radios los maneja la comunidad?, ¿será que se violenta el modo de participar en la emisora?
• ¿Y si no está insonorizado el estudio, ya no será estudio de radio?, ¿ya no se podrá hablar por la radio y entonces, no se podrá apoyar a la comunidad?

Efecto: vidrio que se parte.

Locutor 2: Mitos que matan**.** El estudio de radio: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre el estudio de radio es falso. Falso

Mito 16:
Duración de un programa

Locutor 1: Duración de un programa: Verdad o mentira

Locutor 2: un programa de radio de una hora dura 50 minutos, pues diez de ellos son usados para emitir comerciales. Y por la misma razón, un programa de 30 minutos dura 25. Además, yo nunca he escuchado un programa de una hora que dure 40 minutos, así que las reglas del juego están dictadas: ¡Una hora es igual a decir 50 minutos!

En la clase de hoy diseñaremos un programa de 50 y 25 minutos. Jóvenes: no copiemos modelos y adelante, ¡que nazca la creatividad!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• ¿Y si quemamos el libro que lee el profesor en el que habla de la duración de los programas y asumimos riesgos creativos, perderemos la materia, ya no escucharán nuestra radio, estará mal?
• ¿Y si el programa de 60 minutos dura 40 y el de 30 dura 20 minutos. Ya no serán programas? Con ese ahorro de tiempo la radio podrá vestirse y sonar bonita, creativa, divertida
• Mejor 15 minutos bien hechos que una hora llena de improvisaciones
• Mejor 15 minutos bien hechos que una hora llena de saludos, llamadas que no dicen nada, presentaciones vacías, rellenos musicales, despedidas eternas
• ¿Y los microprogramas, crónicas, reportajes, radio artes, dónde van?, ¿cuánto deben durar?
• Profesor, lo que usted dice no es tan cierto: ¿Qué tal si intentamos programas más cortos en radio?
• ¿Y los productores que tanto aman la radio, podrán dejar de hablar tanto y regalarle unos minutos a la emisora para que esta use estrategias para ser más escuchada?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Duración de un programa: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre la duración de un programa es falso. Falso

Mito 17:
Saludos y presentaciones

Locutor 1: Saludos y presentaciones en radio: Verdad o mentira

Locutor 2: saludar en radio es un acto de cortesía. Por eso antes de hacer mi programa saludo: bajo a la dirección general y saludo al operador de sonido y asistentes. Luego intercambio una opinión con ellos y los invito, al igual que a mis oyentes, para que escuchen la presentación del programa, mi presentación y la presentación que hago de mis invitados y de quienes me acompañarán vía telefónica.

Repetidos son los saludos y presentaciones en mi programa porque presentarse y saludar es muy importante. Saludar es un acto de cortesía y claro, si uno de mis oyentes llama a la radio, lo primero que hago antes de que hable es presentarlo.

Es importante reconocer el trabajo de los demás y darlos a conocer. Al mencionar el equipo de trabajo la gente sabrá que estoy en una radio organizada, grande, seria, jerarquizada y sobre todo, llena de saludos. ¡A propósito!, saludo a quien escucha este mito. El Mito de los saludos en radio. Hola amigos reciban mi saludo especial, estoy muy contento de…

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• ¿Dónde nació o dónde está escrito eso de saludar al control? Alguien lo hizo y todos lo copiamos
• ¿Y si no saludo a nadie y me centro en el programa radial?, ¿estará mal?
• ¿A usted como oyente le importa el nombre del control o la secretaria?
• No nos digamos mentiras, muchos de los saludos en radio resultan eternos, innecesarios
• Saludo a los controles, ¡Fuera!
• ¿Y si no saludo a nadie, ya no me escucharán, perderé audiencia?
• ¿Y qué tal si saludo a todos los de la radio y a mis compañeros de equipo antes de iniciar el programa?
• ¿Y si el programa de las 5:00 de la mañana saluda al control y lo mismo hace el de las 6:00, 7:00, 8:00, eso no sonará repetitivo, aburrido, cansón?
• Y si hago un saludo general que dure cinco segundos, ¿será muy corto, el operador de sonido, la secretaria y el director de la radio se molestarán porque no los saludo?
•¿Cuál es la política de la emisora frente al tema de los saludos y las presentaciones?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Saludos en radio: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre saludos en radio es falso. Falso

Mito 18:

Llamadas telefónicas

Locutor 1: Llamadas telefónicas: Verdad o mentira

Locutor 2: las llamadas telefónicas son vitales pues con ellas mido audiencia, aceptación y atención de mi programa. Ellas me acompañan, me ayudan a saber la edad, género y estrato social de quienes me llaman. Las llamadas son vitales para mí. Sin tener que salir de la radio la llamada me dice con toda claridad cómo está el programa. Con las llamadas telefónicas hablo de participantes y no de oyentes. Las llamadas dan contenido al programa y variedad de opiniones. La llamada permite escuchar otras voces… **efectos**

Los oyentes son lo primero en mi programa, por eso cuando llaman inmediatamente los saco al aire. Me abro a la participación. Doña Carmen me llama todos los días, es una fiel oyente y por eso nunca la hago esperar.

Amigos de los Mitos que matan, ahora mismo estoy en un programa de radio y ha entrado una llamada. ¡Hasta el próximo mito!. ¿Aló doña Carmen?, ¿Aló, quién habla?, ¿oyente en línea?, Aló…

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• Las llamadas telefónicas no miden audiencias y menos niveles de atención. Pida a sus oyentes que resuman parte de lo dicho en el programa de radio y se dará cuenta que muchos de los que llamaron solo dirán: "el programa estuvo bonito", muchos no pasarán de ahí, ¡se los aseguro!
• ¿Y si los oyentes no tienen cómo llamar o no quieren llamar, quiere decir que nadie nos escucha? ¿Y si no hay teléfono en la emisora, no hay oyentes?
• La llamada ofrece, a veces, un análisis lleno de falsas solidaridades. ¿Alguien lo ha llamado para decirle que no le gusta su programa? Seguro que no, pues muchos oyentes están más en el mutuo elogio que en la crítica constructiva
• Un estudio de audiencias se hace en la calle, en la esquina, en todos los lugares posibles de la ciudad para así tener una idea más clara de la presencia y aceptación del dial
• ¿Y si los oyentes tienen miedo de hablar por teléfono, eso es igual a decir que nadie escucha, que el programa es malo?
• ¿Llamadas es igual a sintonía?
• ¿Y si los que llaman son los mismos de siempre?, ¿Esa no sería una auténtica razón para estar muy preocupados y salir a la calle a buscar participantes?
• "Cuando los oyentes llaman a la radio inmediatamente les doy paso al aire", ¿será?
• ¿Y si su oyente es tan importante, no sería bueno conocer, por el interno, algo de él antes de sacarlo al aire?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Llamadas telefónicas: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre llamadas telefónicas es falso. Falso

Mito 19:

Radio por Internet

Locutor 1: Radio por Internet: Verdad o mentira

Locutor 2: hola amigos oyentes, hemos renovado la radio, ¡estamos en Internet!

Internet visibiliza. Nuestras producciones llegan a otras latitudes. Al estar en la Web se compite con otras radios de gran calidad y dado su alcance, la lucha por las audiencias es mayor. Una radio se crea en la Web con pocos trámites, no se pagan impuestos, los costos son bajos, no se necesita permiso de ningún gobierno para subir la señal y la emisora gozará de la más amplia cobertura. La antena más alta está en Internet.

Los vecinos nos han dicho que los programas que emitimos son muy buenos y que ahora nos escuchan desde el ciberespacio. Ahora estamos en la red, ¡escúchenos!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• ¿Podemos hablar de radio por Internet o de un sonido que se ejecuta en la web?
• ¿Emitir en la web será igual a decir que hemos renovado la emisora?
• ¿Al colocar un cable de la consola al servidor ya podemos hablar de radio por Internet?
• La radio en Internet acude a otras prestaciones sonoras: ¿usted procura espacios de respuesta rápida para el receptor: video conferencia, chats, etc.?
• ¿Y si su página se apoya en fotos, videos, textos, foros, chats, ya no será radio, o, ahí si será radio por Internet?, o, ¿será otra radio?
• ¿Será que tengo señal en la web pero aún no radio por Internet?
•¿Y si su radio y su página crean zonas de descarga de contenidos para los participantes, qué tipo de radio será?
• Ser productor de contenidos web equivale a algo más que presentar un saludo de bienvenida y cierre
• ¿Han cambiado sus modos de producir desde que está en la red?
• ¿Desde el nuevo medio, hablamos a los viejos oyentes?
• Los contenidos en la web son muy específicos. Radio para homosexuales, universitarios, pilotos, modistas, ecologistas, etc. ¿Nuestra radio sigue hablando de todo?, ¿cómo está la Parrilla de Programación?
• ¿Cuántos y cuáles servicios adicionales al sonido ofrece su emisora por Internet?

Locutor 2: Mitos que matan**.** Radio por Internet: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre Radio por Internet es falso. Falso

Mito 19. Radio por Internet. Recibimos dos versiones y nos tomamos el atrevimiento de hacerlas una. Argentina, Alicia Carlucci y equipo. Honduras, Yhony Linares y equipo

Mito 20:
El medio más ágil

Locutor 1: El medio más ágil: Verdad o mentira

Locutor 2: ningún medio de comunicación más ágil que la radio para transmitir información. El incendio, la toma militar o la subida de los precios de la canasta familiar en segundos están en la radio. En instantes muchas voces analizan los sucesos. Bastará con que el periodista de la emisora esté en el lugar de los hechos para abrir los micrófonos e informar. La radio por ser portátil y valerse de un solo sentido (el oído) es más ágil. Diríamos, más fácil de producir. ¡Instantánea!

Locutor 1: Comparta y aprenda.

• Alguien dijo que los cuatro medios de comunicación eran tres: la televisión y el cine. Ahora dicen que los siete medios de comunicación son uno: la computadora
• Las nuevas tecnologías y las redes sociales se convierten en los medios más agiles para difundir información
• Twitter, radio. Facebook, radio. Internet, radio. Celular, radio. ¿Y si en lugar de competir con las redes sociales, la radio las utiliza a su favor?
• ¿Si creamos una red social, si vinculamos el medio a estas redes sociales y nos enredamos con otros? ¿Si leemos menos boletines oficiales y vamos a las fuentes directas de cantantes, actores, etc.?
• ¿Si creamos nuevos programas radiales a partir de las populares redes, se escuchará mal, la idea nacerá muerta?
• La radio es unisensorial. Se vale sólo del sentido del oído ¿Será cierto? Y si una persona escucha radio usando transmisores con Close Caption donde se puede leer lo que dice el locutor, entonces, ¿ya no será radio, o, será que la radio ya no es unisensorial?
• Sobre quién da la información. Si no hay ningún periodista en el lugar de los hechos, pero está el médico, el bombero o los heridos, será que ellos no pueden llamar a la emisora y dar la información. ¡La última hora!, ¿eso será irresponsable por parte del medio? ¿Sólo puede hablar el periodista de confianza de la emisora?
• Con las redes sociales se "recuperó" el derecho a la comunicación. ¿Será que la radio había o, ha cerrado este derecho?

Locutor 2: Mitos que matan**.** El medio más ágil: Verdad o mentira
Locutor 1: el mito sobre el medio más ágil es falso. Falso

Guion: Tito Ballesteros López
Grabación, edición: Productores latinoamericanos
titoballesteros@gmail.com
www.titoballesteros.blogspot.com
Enero de 2011

Mitos que matan

Serie radial
20 capítulos con los mitos que matan la radio


Imagen: Jason Anderson. Showbiz